

WORKSHOP PEMANFAATAN BLOG DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI KELURAHAN KEMBANGAN SELATAN

Wachyu Hari Haji1, Ida Nurhaida2
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercu Buana
Email: wahyuhari@gmail.com1, idariyan@gmail.com2

ABSTRAK

Etika internet semakin maju, para pengguna internet yang tertarik dan bergerak dalam bidang bisnis pun semakin dapat meningkatkan pendapatan mereka. Karena dengan berbisnis secara online atau yang sering disebut dengan istilah e-commerce, pengguna bisnis online dapat memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan dengan mudah, bebas, dan berdampak luas. Kini pebisnis atau pihak yang menawarkan produk dan jasa tidak perlu repot-repot lagi seperti menyebarkan pamflet dan mengeluarkan uang banyak untuk membuat iklan, biasanya pengguna bisnis online membuat blog atau website untuk memasarkan produk dan jasa mereka, serta memasang banner-banner berupa iklan di forum atau website lain yang dapat menarik minat calon konsumen untuk masuk ke blog atau website pengguna bisnis tersebut. E-commerce sendiri memiliki beberapa manfaat, selain dapat meningkatkan dari segi pendapatan seperti yang saya bahas di atas, juga dapat meningkatkan kepercayaan antar pengguna bisnis online untuk melakukan transaksi, karena dengan kepercayaan transaksi secara online ini dapat menghemat biaya transportasi untuk melakukan transaksi jual beli dibandingkan dengan transaksi jual beli dengan pertemuan secara langsung di tempat. Hal inilah yang membuat kami mengadakan pelatihan penggunaan blog dan media sosial sebagai media promosi dalam pengembangan bisnis untuk para pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) dan juga masyarakat yang ingin belajar usaha sehingga diharapkan nantinya para peserta pelatihan dapat membuat dan mengembangkan bisnis dengan jangkauan yang lebih luas lagi.

Kata kunci: pelatihan, toko online, penjualan online, blog, media sosial

PENDAHULUAN

Etika internet semakin maju, para pengguna internet yang tertarik dan bergerak dalam bidang bisnis pun semakin dapat meningkatkan pendapatan mereka. Karena dengan berbisnis secara online atau yang sering disebut dengan istilah e-commerce, pengguna bisnis online dapat memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan dengan mudah, bebas, dan berdampak luas. Kini pebisnis atau pihak yang menawarkan produk dan jasa tidak perlu repot-repot lagi seperti menyebarkan pamflet dan mengeluarkan uang banyak untuk membuat iklan, biasanya pengguna bisnis online membuat blog atau website untuk memasarkan produk dan jasa mereka, serta memasang banner-banner berupa

iklan di forum atau website lain yang dapat menarik minat calon konsumen untuk masuk ke blog atau website pengguna bisnis tersebut.

Saat ini perkembangan usaha kecil menengah menunjukkan respon yang baik dalam masyarakat, namun dampak yang muncul adalah maraknya usaha sejenis, sehingga menyebabkan persaingan yang cukup ketat untuk memperoleh konsumen. Penggunaan blog sebagai media sosialisasi belum dilakukan secara optimal dikarenakan keterbatasan pengetahuan dari para pemilik usaha padahal banyak sekali blog-blog yang disediakan secara gratis seperti wordpress atau blogspot. Oleh karena itu diperlukan terobosan untuk memasarkan jasa yang ditawarkan oleh UKM tersebut.

Untuk mengatasi permasalahan

tersebut diatas, maka Program Studi Sistem Informasi mengangkat tema Pemanfaatan Blog dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kelurahan Kembangan Selatan” sebagai usulan untuk menyelenggarakan pengabdian masyarakat.

PERMASALAHAN MITRA

Tidak dipungkiri dengan kemajuan teknologi baik hardware dan software memudahkan masyarakat untuk mencari dan mendapatkan informasi tentang apapun. Begitu pula dengan kesempatan meraih pangsa pasar baru amat sangat terbuka lebar bagi para pelaku UKM.

Usaha Kecil Menengah banyak bermunculan sekarang ini. Kebutuhan ekonomi yang mendesak menjadikan pemicu bagi masyarakat untuk membuka alternatif solusi demi memenuhi kebutuhan tersebut. Semakin banyak pesaing mengharuskan UKM mulai memikirkan alternatif untuk membuka sebesar-besarnya peluang dalam mempromosikan barang dagangannya sehingga diharapkan muncul pelanggan-pelanggan baru yang dapat menambah omset.

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

1. Kerangka Pemecahan Masalah

Salah satu metode yang digunakan dalam memecahkan masalah diatas adalah :

- Pengenalan mengenai pemasaran usaha
- Pengenalan dasar penggunaan komputer dan internet
- Pengenalan dasar beberapa blog gratis yang bisa digunakan untuk pemasaran usaha
- Pelatihan pembuatan blog wordpress dan blogspot

2. Realisasi Pemecahan Masalah

Penyampaian materi digunakan fasilitas komputer dan notebook yang tertampil pada layar dengan bantuan LCD Proyektor.

Penggunaan LCD Proyektor sangat membantu proses pembelajaran terutama pada saat metode kegiatan berupa tutorial yang menerangkan langkah-langkah atau urutan proses pembuatan media pembelajaran.

- Pengenalan internet dan blog
- Pembuatan email (yahoo, google dan lain-lain)
- Pendaftaran blog
- Mengubah tampilan blog menjadi toko online
- Pengenalan situs yang menyediakan fitur pendukung pada blog
- Mengatur dan memasukkan konten-konten ke dalam blog
- Menambahkan fitur-fitur tambahan untuk memperkaya tampilan blog
- Menjadikan blog sebagai media pemasaran produk
- Peserta pertama kali diperkenalkan tentang blog, CMS, konsep dasar, tujuan, manfaat dan fungsinya secara umum, salah satunya dapat digunakan untuk membuat media blog dinamis.
- Peserta diajarkan bagaimana membuat blog dinamis yang sesuai dengan contoh yang diperagakan oleh instruktur dan dibantu oleh para asisten yang mendampingi peserta.
- Instruktur pada sesi terakhir, langsung meminta kepada para Remaja Karang Taruna tersebut untuk membuat sebuah blog dinamis dengan menggunakan teknik-teknik yang sudah dijelaskan dan dicontohkan oleh instruktur.

3. Khalayak Sasaran

Sasaran dari pelatihan ini adalah masyarakat umum yang sudah mempunyai usaha atau yang baru akan memulai usaha.

4. Metode yang Digunakan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Metode ceramah ; dilakukan untuk menyampaikan materi yang berupa teori.
- b. Metode Tanya jawab; digunakan untuk memberikan kesempatan bagi para

peserta yang belum dapat memahami materi yang diberikan.

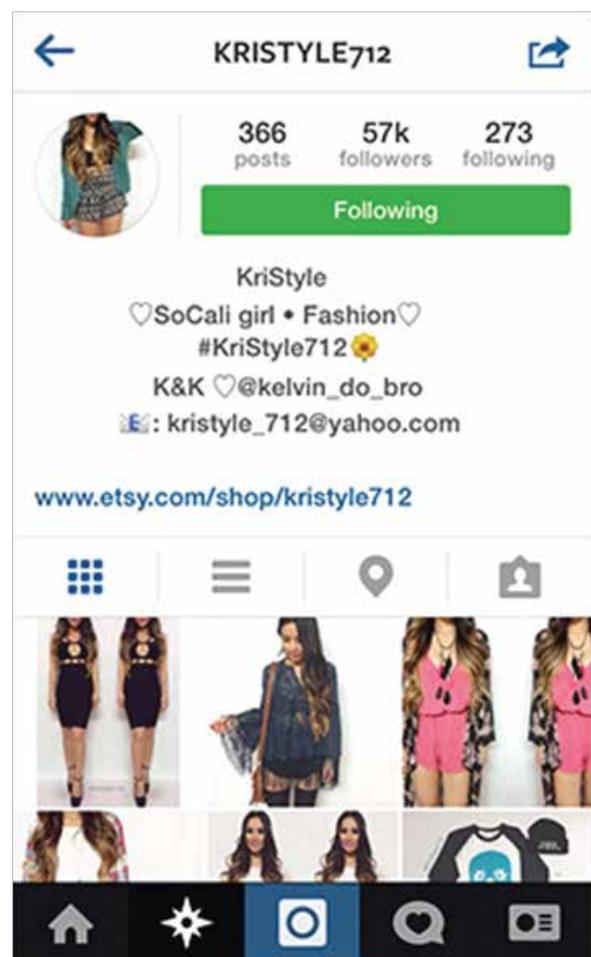
- c. Metode Demontrasi ; digunakan untuk memperjelas cara penggunaan aplikasi multimedia.
- d. Metode Latihan/Praktek ; digunakan untuk latihan/praktek penggunaan aplikasi multimedia.
- e. Metode wawancara ; digunakan saat pelatihan selesai sebagai bahan evaluasi untuk keseluruhan pelaksanaan kegiatan.

5. Target Luaran

Target luaran yang nantinya akan dicapai pada pengabdian masyarakat ini adalah :

- a. Para Pelaku UKM mengetahui perkembangan teknologi informasi yang dapat digunakan untuk memasarkan produk.
- b. Para Pelaku UKM diperkenalkan mengenai berbagai macam media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan produk
- c. Para Pelaku UKM diperkenalkan cara-cara menggunakan media sosial dan blog
- d. Para Pelaku UKM melakukan praktek pembuatan media sosial dan blog sebagai media untuk memasarkan produk.

Berikut ini adalah foto dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan.



HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan terlaksana pada hari Selasa tanggal 17 Mei 2016 dan berlangsung dari pukul 08.30-13.30. Kegiatan ini dilaksanakan di ruang aula. Hasil kegiatan yang dapat kami rekam dari peserta adalah mereka sangat bersemangat dan antusias dalam mengikuti pelatihan ini. Banyak pertanyaan-pertanyaan

yang diajukan oleh para peserta dalam pembuatan blog. Mereka tertarik untuk membuat web dinamis yang dapat melakukan pemesanan, pengiriman dan pembayaran secara online seperti toko-toko online yang sudah ada. Tentunya hal tersebut merupakan pembahasan tersendiri yang mungkin akan dilakukan pada pengabdian masyarakat berikutnya.

Para peserta juga baru mengetahui bahwa media sosial dapat juga digunakan sebagai media promosi untuk berbagai macam usaha, tidak hanya jual beli barang tapi juga bisa digunakan untuk jasa dan komunitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan berjalan dengan lancar dan menarik. Antusias para peserta dalam mengikuti pelatihan patut diapresiasi, walaupun masih banyak kendala di beberapa hal. Tetapi dapat ditarik kesimpulan untuk kegiatan ini antara lain:

- Mengetahui penggunaan dasar komputer dan pemanfaatannya dalam kegiatan sehari-hari
- Mengetahui penggunaan internet (penggunaan google untuk mencari berbagai macam informasi, mengakses, mengunduh, mengupload data, dan juga penggunaan drive sebagai tempat penyimpanan)
- Mengetahui berbagai macam blog dan media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana promosi

Saran

- Saran yang dapat diberikan antara lain:
- Sebaiknya kegiatan seperti ini sering dilakukan, agar kedepannya sosialisasi mengenai pemanfaatan teknologi dapat tersebar dan dimanfaatkan secara maksimal
 - Perlu dilakukan kegiatan pendamp-

ingan bila terdapat kesulitan-kesulitan dalam melakukan pengembangan dari blog dan media sosial tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, M. (2004). Exploiting response models—optimizing cross-sell and up-sell opportunities in banking. *Information Systems*, 39, 327–341.
- IBM. (2004). Retail Selling Optimization – Strategic Cross-selling and Up-selling for Survival in The Volatile Retail Market (white paper). Dipetik Juni 10, 2008, dari www-03.ibm.com/industries/retail/doc/content/bin/retail-selling-optimization.pdf.
- Kamakura, W. A., Ramaswami, S. N., & Srivastava, R. K. (1991). Applying latent trait analysis in the evaluation of prospects for cross-selling of financial services. *International Journal of Research in Marketing*, 8(4), 329-349.
- Tama, Bayu Adhi. 2012. *Cross-Selling: Perangkat Utama Customer Relationship Management (Crm) Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Makalah Seminar, Mei.
- Whitten.Bentley. 2008. *Introduction To System Analysis & Design*, McGrawHill International Edition.
- Zaki, Ali. 1999. *E-Life Style: Memanfaatkan Beragam Perangkat Teknologi Digital*. Penerbit Salemba Infotek.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma., dan Jarot Priyogutomo. “Jargon e-Business”. Penerbit Graha Ilmu Yogyakarta, 2003.

<http://journal.uui.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1719/1500> (diakses tanggal 20 Februari 2016)

http://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah. (diakses tanggal 20 Februari 2016)

http://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik. (diakses tanggal 20 Februari 2016)

Gunardi,(2008), Joomla! Website Magic ,Jasakom, Jakarta.

Hakim,Lukman, (2008), Membongkar Trik Rahasia Para Master PHP, Lokomedia, Yogyakarta.

Rachdian, Adhi, (2008), MASTERING CMS dengan Mambo/Joomla, Andi, Yogyakarta.

Saudilin, Install Radio Streaming dengan SHOUTCAST (Windows), <http://saudilin.wordpress.com/2008/08/26/install-radio-streamingdengan-shoutcast-windows/>. (diakses tanggal 20 Februari 2016)
